



Citymanagement

Ausschusssitzung Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und Tourismus

25. März 2021



Citymanagement

- Sabine Nitschke
- Tätigkeitsbeginn: 01.10.2020
- 20 Wochenstunden
- Tätigkeit im Homeoffice



Ansprechpartnerin für Akteure der Innenstadt bzw. Ortskern

Erste Arbeitswochen: Aufbau und Verstetigung des Netzwerks mit

- Handel, Dienstleistung, Gastronomie
- Immobilieneigentümer
- Interessenten



Aufgabenbereiche

Leerstandsmanagement / Branchenmanagement / Immobilienkataster

Zwischennutzung Immobilien / Verkaufsflächen

Projekte und Maßnahmen zur Optimierung des Erscheinungsbildes der Innenstadt LH bzw. des Ortskerns Seppenrade

Projekte und Maßnahmen zur Förderung der (Einkaufs-)Erlebnisqualität

Baustellen- und Kooperationsmarketing

Begleitung Arbeitskreise „Altstadt“ und „Seppenrade“



Leerstandsmanagement/Branchenmanagement / Immobilienkataster

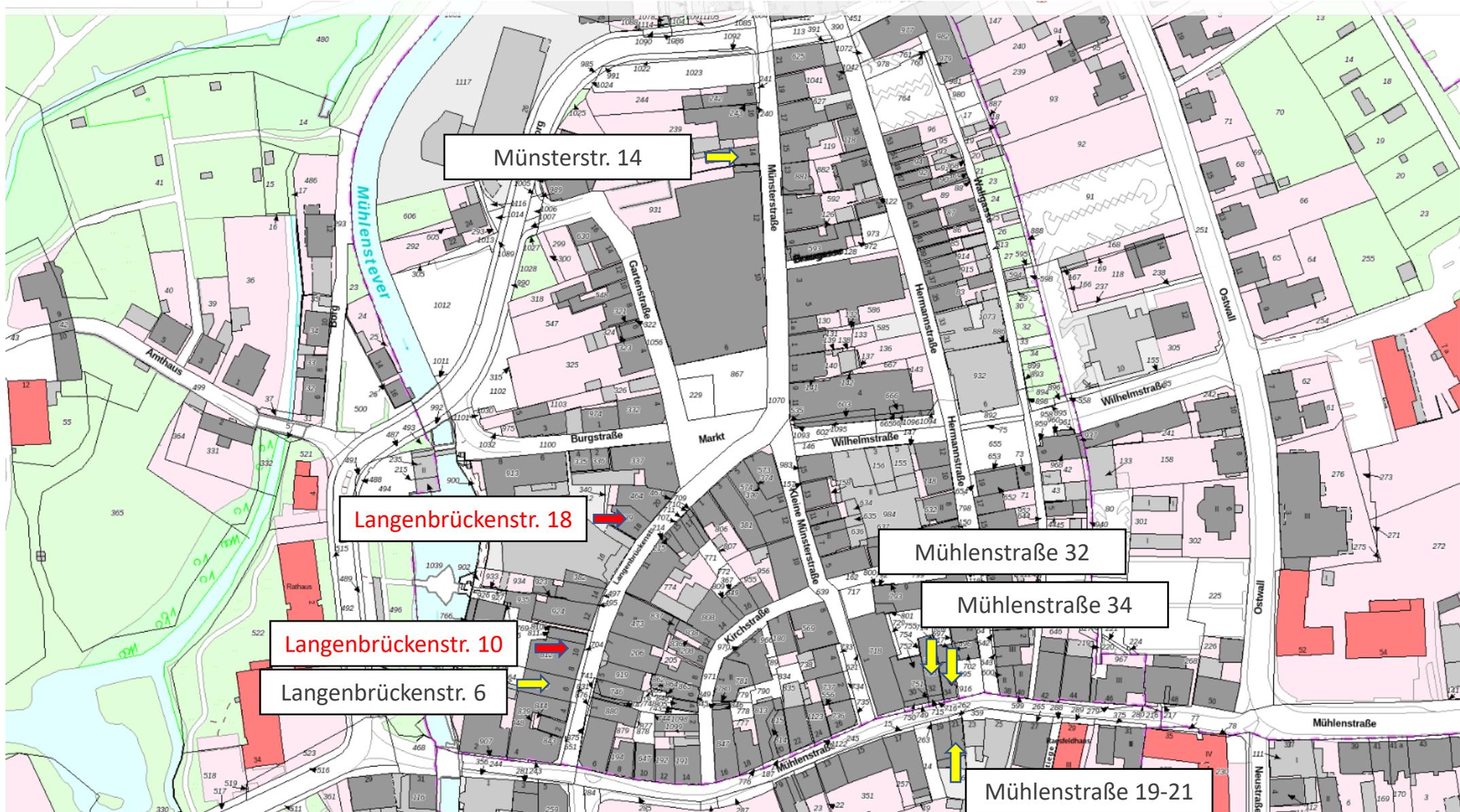
- Betreuung „Sofortprogramm Innenstadt“, Wettbewerb „Ideen finden Innenstadt“
- Akquise fehlender Branchen / alternativer Konzepte (z.B. Lederwaren, Kindermode, Sport, Wolle, Gastrokonzepte)
- Aufbau Immobilien- und Leerstandsdatenbank

Zwischennutzung Immobilien / Verkaufsflächen

- Organisation und Betreuung der Pop-Up-Aktion „GanzSchönBesonders“ in der Langenbrückenstraße



Citymanagement - Leerstandsbericht





Citymanagement

Projekte und Maßnahmen zur Optimierung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt: Innenhöfe





Projekte und Maßnahmen zur Optimierung des Erscheinungsbildes des Ortskerns: Weihnachtsbeleuchtung



Weihnachtsbeleuchtung

- Abstimmung der Erweiterung und Ergänzung der Weihnachtsbeleuchtung in Lüdinghausen
- Neugestaltung der Weihnachtsbeleuchtung in Seppenrade



Projekte und Maßnahmen zur Förderung der Einkaufs- und Erlebnisqualität



„KUNSTvoll Shoppen“

Kunstaussstellung der anderen Art:

- Initiative von Kunstschaffenden in Kooperation mit Lüdinghausen Marketing, Stadt Lüdinghausen, KAKTuS und Kaufmannschaft
- Lüdinghauser Künstler präsentieren ihre Werke in den Schaufenstern
- Veranstaltungszeitraum: 24. April – 09. Mai 2021



Projektmanagement

Lüdinghausen-Gutschein

Akquise und Betreuung Akzeptanzstellen

Digitalisierung

Ausbau digitaler Präsenz

Baustellenmarketing

Aufgabe 2021 / 2022





Begleitung Arbeitskreise

Arbeitskreis Altstadt

Virtueller Austausch Sepperrade zur Initiierung eines Arbeitskreis/Projektgruppe

Sammlung erster Projektideen zur Stärkung der Dorffidentität, Fokussierung auf die Themen Rosen, Gärten, Kulinarik



RAY-BAN B
& Sonnenb
zum 1/2 P



Vielen Dank!

Lüdinghausen Marketing e.V.

Sabine Nitschke

Tel.: 0160 1848183

nitschke@luedinghausen-marketing.de



Lokale Plattform / Schaufenster



Grundidee:

- „Lüdinghausen-Schaufenster“ als lokale Plattform mit Potenzial zum Ausbau zu einem lokalen Marktplatz mit Shop-Funktionalität
- zunächst Fokus auf Portraits (Persönlichkeiten) und Produkte (!)
- Beteiligungsmöglichkeiten für Akteure sollten modular aufgebaut sein, um im ersten Schritt viele mitzunehmen

Aktueller Stand:

- Informationsphase: Einzelgespräche, Abfrage mit Handel nach Bereitschaft und Bedarf
- Gespräche mit Anbietern, Erfahrungsaustausch mit anderen Städten

Nutzer / Kunde / lokaler Konsument

Online-Sichtbarkeit

Portrait

Umfassendes Portrait des Händlers, Dienstleisters, Gastronomen, Kontaktdaten inkl. Social-Media, Kontaktmöglichkeiten, Öffnungszeiten, Unternehmerportrait (O-Ton etc.), gutes Bildmaterial, Karte; optional: Video-Portrait, 360-Grad-Rundgang

Check & Reserve

Schaufenster mit Produkten

1.0: Produktsortiment, Marken, Leistungsangebot
2.0: Manuelle Einpflege von Produkten
3.0: Schnittstelle zu Warenwirtschaft, Angabe Warenverfügbarkeit, Zugriff auf Datenbank Großhändler, Verbundgruppen etc.

Click & Collect, Lieferung

Marktplatz mit Shop-Funktionalität

„Multi-Vendor-Shop“ mit Payment-Lösung



Mögliche zusätzliche Bestandteile Plattform (perspektivisch):

- Speisekarten
- Ticketverkauf für zusätzliche Frequenz
- Anbindung LH-Bonus (Gutschrift von Bonuspunkten online, Einlösen nur offline)
- Parken (Echtzeitanzeige)
- Anbindung von Markthändlern, Hobbykünstlern
- Persönliche Terminvereinbarung, ggf. Tischreservierung
- Newsletter (Outfit des Monats, Rezept des Monats etc.), Kommunikationskanäle Stadtleben (Blog, Socialmedia etc.)